

Приложение к рабочей программе дисциплины

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура) Магистерская программа «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий»

*Дисциплина части учебного плана, формируемой участниками образовательных
отношений*

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	6 ЗЕТ, 216 час.
Цель изучения дисциплины	Обучение студентов основным методам, технологиям и инструментам планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.
Содержание дисциплины	Коммуникационная кампания: понятие, задачи, общая характеристика Основные этапы коммуникационной кампании. Бриф Целевая аудитория. Понятие и особенности ее определения Позиционирование. Типы творческих рекламных стратегий Выбор канала коммуникации: ATL-коммуникации Организация и проведение коммуникационных мероприятий посредством BTL –коммуникаций PR-инструменты Интернет-коммуникации Медиапланирование коммуникационной кампании. Основные показатели Стратегическое и тактическое медиапланирование Бюджетное (финансовое) планирование коммуникационной кампании Планирование и реализация событийных мероприятий Планирование и реализация малобюджетных коммуникационных кампаний Оценка эффективности коммуникационной кампании
Формируемые компетенции (коды)	ПК-1. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность ПК-2. Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-1.1. Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определять затраты на их проведение. ПК-1.2. Умеет находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных программ и мероприятий, как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления. ПК-1.3. Осуществляет рациональный выбор технологий рекламы

	и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий. ПК-2.1. Знает алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий. ПК-2.2. Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий. ПК-2.3. Разрабатывает предложения по корректировке коммуникационных программ и мероприятий.
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Бренд-менеджмент Психология управления Интернет-маркетинг Управление репутацией в сети Интернет Антикризисные коммуникации Управление корпоративной культурой Организационно-управленческая практика Проектно-аналитическая практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации
Форма промежуточной аттестации	Зачет, экзамен, курсовая работа